



SWISS GRAPHIC DESIGNERS



Schweizer Grafiker Verband  
Union Suisse des Graphistes  
Unione Svizzera dei Grafici  
Swiss Graphic Design Association

## Piano di formazione

relativo all'ordinanza della SEFRI del [data di emanazione nuova ofor] sulla formazione professionale di base

## Grafica/grafico con attestato federale di capacità (AFC)

del [data di redazione e firma del piano di formazione da parte dell'oml, cfr. pag. 49 del presente documento]

[Ultima modifica del gruppo di redazione: 04.05.2021 (tk, nm, sm, sw)]

**N. professione 90306**

Il modello di riferimento funge da ausilio orientativo e di lavoro per redigere i piani di formazione che accompagnano le ordinanze in materia di formazione (ofor) redatte in base al testo di riferimento ofor del 31 agosto 2012 (stato: 31.01.2018).

Modello di riferimento del 31.08.2012 (stato: 02.05.2019)

## Indice

<b>1. Introduzione.....</b>	<b>3</b>
<b>2. Fondamenti pedagogico-professionali.....</b>	<b>4</b>
2.1 Introduzione sull'orientamento delle competenze operative.....	4
2.2 Descrizione delle quattro dimensioni di ogni competenza operativa.....	5
2.3 Livelli tassonomici degli obiettivi di valutazione (secondo Bloom).....	5
2.4 Collaborazione tra i luoghi di formazione.....	6
<b>3. Profilo di qualificazione.....</b>	<b>7</b>
3.1 Profilo professionale.....	7
3.2 Tabella delle competenze operative.....	9
3.3 Livello richiesto per la professione.....	10
<b>4. Campi di competenze operative, competenze operative e obiettivi di valutazione suddivisi per luogo di formazione.....</b>	<b>12</b>
Campo di competenze operative a: organizzazione di progetti e processi di lavoro.....	12
Campo di competenze operative b: ricerca e analisi di materiale per progetti.....	18
Campo di competenze operative c: elaborazione di strategie comunicative.....	23
Campo di competenze operative d: sviluppo e presentazione di idee.....	27
Campo di competenze operative e: elaborazione di concetti creativi.....	29
Campo di competenze operative f: realizzazione di concetti creativi.....	39
Campo di competenze operative g: presentazione di contenuti e competenze.....	45
<b>Elaborazione.....</b>	<b>49</b>
<b>Allegato 1: Elenco degli strumenti volti a garantire e attuare la formazione professionale di base nonché a promuovere la qualità.....</b>	<b>50</b>
<b>Allegato 2: tabella dei luoghi di cooperazione.....</b>	<b>51</b>
<b>Allegato 3: terminologia professionale specifica.....</b>	<b>52</b>
<b>Glossario.....</b>	<b>54</b>

## Elenco delle abbreviazioni

<b>AFC</b>	attestato federale di capacità
<b>CFP</b>	certificato federale di formazione pratica
<b>CSFO</b>	Centro svizzero di servizio Formazione professionale   Orientamento professionale, universitario e di carriera
<b>CSFP</b>	Conferenza svizzera degli uffici cantonali della formazione professionale
<b>LFPr</b>	legge federale sulla formazione professionale (legge sulla formazione professionale), 2004
<b>ofor</b>	ordinanza sulla formazione professionale di base (ordinanza in materia di formazione)
<b>OFPPr</b>	ordinanza sulla formazione professionale, 2004
<b>oml</b>	organizzazione del mondo del lavoro (associazione professionale)
<b>SEFRI</b>	Segreteria di Stato per la formazione, la ricerca e l'innovazione

## 1. Introduzione

In quanto strumento per la promozione della qualità<sup>1</sup> sulla formazione professionale di base, il piano di formazione per grafiche e grafici con attestato federale di capacità (AFC) descrive le competenze operative che le persone in formazione devono acquisire entro la fine della qualificazione. Al contempo, il piano di formazione aiuta i responsabili della formazione professionale nelle aziende di tirocinio, nelle scuole professionali e nei corsi interaziendali a pianificare e svolgere la formazione.

Per le persone in formazione il piano di formazione costituisce uno strumento orientativo.

<sup>1</sup> Cfr. art. 12 cpv. 1 lett. c dell'ordinanza del 19 novembre 2003 sulla formazione professionale (OFPr) e art. [numero] dell'ordinanza della SEFRI sulla formazione professionale di base (ordinanza in materia di formazione; ofor) grafica/grafico AFC.



## 2.2 Descrizione delle quattro dimensioni di ogni competenza operativa

Le competenze operative comprendono la competenza professionale, metodologica, sociale e personale. Affinché i grafici riescano ad affermarsi nel mercato del lavoro, durante la formazione professionale di base le persone in formazione acquisiscono tutte le competenze in tutti i luoghi di formazione (azienda di tirocinio, scuola professionale, corsi interaziendali). Il seguente schema sintetizza contenuti e interazioni delle quattro dimensioni di cui si compone una competenza operativa.

### Competenza operativa



## 2.3 Livelli tassonomici degli obiettivi di valutazione (secondo Bloom)

Ogni obiettivo di valutazione viene valutato tramite un livello tassonomico (livello C; da C1 a C6). Il livello C indica la complessità dell'obiettivo. Ecco i vari livelli nel dettaglio:

Livello	Definizione	Descrizione
C 1	Sapere	I grafici ripetono le nozioni apprese e le richiamano in situazioni simili.
C 2	Comprendere	I grafici spiegano o descrivono le nozioni apprese con parole proprie.
C 3	Applicare	I grafici applicano le capacità/tecnologie apprese in diverse situazioni.
C 4	Analizzare	I grafici analizzano una situazione complessa scomponendo i fatti in singoli elementi e individuando la relazione fra gli elementi e le caratteristiche strutturali.
C 5	Sintetizzare	I grafici combinano i singoli elementi di un fatto e li riuniscono per formare un insieme.
C 6	Valutare	I grafici valutano un fatto più o meno complesso in base a determinati criteri.

## **2.4 Collaborazione tra i luoghi di formazione**

Il coordinamento e la cooperazione tra i luoghi di formazione quanto a contenuti, modalità di lavoro, calendario e consuetudini della professione sono un presupposto importante per il successo della formazione professionale di base. Per tutta la durata della formazione, le persone in formazione vanno aiutate a mettere in relazione teoria e pratica. La cooperazione tra i luoghi di formazione è dunque essenziale e la trasmissione delle competenze operative rappresenta un compito comune. Ogni luogo di formazione fornisce il proprio apporto tenendo conto del contributo degli altri. Grazie a una buona collaborazione ognuno può verificare costantemente il proprio apporto e ottimizzarlo, aumentando così la qualità della formazione professionale di base.

Il contributo specifico dei luoghi di formazione può essere sintetizzato come segue:

- azienda di tirocinio: nel sistema duale la formazione professionale pratica si svolge nell'azienda di tirocinio, in una rete di aziende di tirocinio, nelle scuole d'arti e mestieri, nelle scuole medie di commercio o in altre istituzioni riconosciute a tal fine, dove le persone in formazione possono acquisire le capacità pratiche richieste dalla professione;
- scuola professionale: vi viene impartita la formazione scolastica, che comprende l'insegnamento delle conoscenze professionali, della cultura generale e della educazione fisica.

La realizzazione efficace della cooperazione tra i luoghi di formazione viene sostenuta con gli appositi strumenti di promozione della qualità della formazione professionale di base (vedi allegato).

### **3. Profilo di qualificazione**

Il profilo di qualificazione descrive il profilo professionale, nonché le competenze operative da acquisire e il livello richiesto per la professione. Illustra quali sono le qualifiche che una grafica AFC o un grafico AFC deve possedere per poter esercitare la professione in maniera competente al livello definito.

Oltre a descrivere le competenze operative, il profilo professionale funge anche da base per l'impostazione della procedura di qualificazione. Inoltre, è utile per classificare il titolo nel Quadro nazionale delle qualifiche per i titoli della formazione professionale (QNQ-FP) durante l'elaborazione del supplemento al certificato.

#### **3.1 Profilo professionale**

##### **Campo di attività**

I grafici sono professionisti nella comunicazione visuale efficace attivi in un ambiente di lavoro dinamico. Trovano impiego presso laboratori di grafica, agenzie di comunicazione o pubblicitarie, case editrici o nei reparti comunicazione aziendali. I grafici concepiscono, progettano e realizzano media stampati, digitali, animati, interattivi o tridimensionali. Combinano tra loro caratteri, immagini e altri elementi grafici per ottenere soluzioni creative pregnanti e adeguate, aiutando così aziende private, organizzazioni e istituzioni pubbliche a raggiungere i loro obiettivi comunicativi in maniera sostenibile.

I grafici sfruttano le loro capacità concettuali, creative, grafiche e tecniche durante tutte le fasi del progetto: dalla pianificazione passando per ricerche approfondite fino allo sviluppo e alla realizzazione di concetti creativi e comunicativi mirati ai gruppi target riescono a formulare complesse soluzioni innovative. Elaborano idee e bozze sulla base delle indicazioni ricevute durante il briefing con i settori comunicazione. Tengono conto delle indicazioni relative al budget, pianificano lo svolgimento del progetto e motivano le proprie scelte di fronte ai committenti. Curano infine la realizzazione dei concetti in maniera adeguata al media scelto. Nell'ambito dello sviluppo e della realizzazione dei progetti i grafici collaborano con professionisti di vari settori specifici.

##### **Principali competenze operative**

I grafici visualizzano messaggi, informazioni e identità in un ampio spettro di attività.

Elaborano e applicano strategie comunicative per progetti grafici. Concepiscono, progettano e realizzano media stampati, digitali, interattivi, animati e tridimensionali tenendo conto delle tendenze e degli sviluppi negli ambiti economici, culturali, sociali, ecologici, tecnici o scientifici.

I grafici ricercano e analizzano gli elementi fondamentali necessari per raggiungere gli obiettivi di progetto. Pianificano, seguono e verificano lo svolgimento del progetto.

Fanno appello allo spirito d'innovazione, all'inventiva e alle competenze concettuali e artigianali di cui dispongono per raggiungere gli obiettivi comunicativi indicati dai committenti. A tal fine ricercano costantemente possibilità di realizzazione innovative, mirate e pregnanti.

Nell'ambito della fase di progettazione i grafici elaborano concetti creativi grafici nei quali inseriscono immagini, tipografie, loghi, colori, pittogrammi, interazione, motion design e concept tridimensionali. Garantiscono l'interazione tra questi elementi e li impiegano in maniera mirata e adeguata ai vari media.

## **Esercizio della professione**

I grafici elaborano vari prodotti come corporate design, stampati, media digitali e interattivi, motion design, imballaggi, stand espositivi e fieristici fino alla progettazione didattica o all'illustrazione, usando con abilità strumenti di lavoro analogici e digitali.

Oltre alle competenze linguistiche, questa professione richiede anche senso estetico, voglia di sperimentare, curiosità e apertura verso nuove tematiche. I grafici si contraddistinguono inoltre per il modo di pensare logico, per le spiccate capacità concettuali e analitiche, per la loro ingegnosità e l'apertura al nuovo.

Durante lo sviluppo e la realizzazione di progetti, i grafici possono lavorare in team, all'interno di gruppi di lavoro interdisciplinari o in maniera indipendente. Sono professionisti in grado di garantire l'elevata qualità del loro lavoro anche in situazioni gravose grazie al loro spirito organizzativo, a una procedura di lavoro strutturata, scrupolosa e alla capacità di resistere allo stress fisico e mentale. I grafici sono inoltre in grado di riflettere e agire in maniera sistemica e articolata. Sono aperti, flessibili e in grado di comunicare in maniera chiara con i partner di progetto.

Per i grafici la costante attenzione alle ultime tendenze e agli sviluppi negli ambiti scientifici, culturali, sociali, ecologici ed economici oltre all'analisi del mercato e della concorrenza sono fondamentali. Una solida cultura generale, l'interesse per i media e le tecnologie innovative, un modo di pensare economico e la predisposizione all'apprendimento permanente sono requisiti essenziali per il successo professionale. I grafici documentano il lavoro svolto creandosi un proprio portfolio che aggiornano costantemente, disponendo così di uno strumento fondamentale che, combinato alla consulenza professionale e alla capacità di raggiungere gli obiettivi indicati dai committenti, permette loro di acquisire nuovi mandati.

## **Contributo della professione alla società, all'economia, alla natura e alla cultura**

I grafici trasmettono ai gruppi target contenuti mirati che, elaborati a livello comunicativo, possono essere rapidamente assimilati e compresi, contribuendo così a creare valore aggiunto a favore dei committenti. Adeguando i propri progetti di comunicazione visiva agli sviluppi tecnici ed economici e alle tendenze culturali e sociali, i grafici forniscono un contributo sostanziale al mantenimento del patrimonio culturale immateriale del design grafico svizzero.

I grafici sono corresponsabili della concezione del mondo attuale. Durante il loro lavoro tengono costantemente in considerazione la sostenibilità ecologica e sociale oltre al contesto culturale. Per questo motivo esaminano ogni progetto dal punto di vista della compatibilità ambientale e climatica. Durante la fase di consulenza ai committenti propongono loro un design il più possibile ecologico e compatibile a livello sociale, realizzabile con processi di produzione e materiali sostenibili. Nel proprio ambito di lavoro gestiscono le risorse nel modo più responsabile e sostenibile possibile e applicano le norme e le prescrizioni per la protezione dell'ambiente, per la sicurezza sul lavoro e la protezione della salute.

## **Cultura generale**

L'insegnamento della culturale generale prevede le competenze fondamentali per orientarsi nella vita e nella società e per superare le sfide nella sfera privata e in quella professionale.

## 3.2 Tabella delle competenze operative

Campi di competenze operative		Competenze operative					
a	<b>Organizzazione di progetti e processi di lavoro</b>	a1: pianificare e illustrare i processi di lavoro per i progetti creativi visivi	a2: coordinare la collaborazione delle persone coinvolte nei progetti creativi	a3: definire le proprie prestazioni, le tempistiche e i fattori di costo esterni	a4: considerare i contesti culturali e la sostenibilità sociale e ambientale	a5: concludere progetti creativi	
b	<b>Ricerca e analisi di materiale per progetti</b>	b1: analizzare il briefing e adattarlo insieme ai committenti	b2: effettuare ricerche per progetti creativi	b3: elaborare e analizzare i risultati delle ricerche per i progetti creativi	b4: valutare fattibilità e pertinenza dei progetti creativi	b5: illustrare ai committenti le conclusioni e la fattibilità e fornire motivazioni adeguate	
c	<b>Elaborazione di strategie comunicative</b>	c1: verificare il contenuto dell'intenzione comunicativa e se necessario specificarlo	c2: elaborare e descrivere il carattere del messaggio contenuto nei progetti creativi	c3: definire le misure e i canali di comunicazione nonché i media per i progetti creativi			
d	<b>Sviluppo e presentazione di idee</b>	d1: generare idee mediante metodi creativi	d2: valutare e selezionare le idee sulla base di criteri propri	d3: presentare alle persone coinvolte nel progetto e ai committenti il potenziale delle idee raccolte			
e	<b>Elaborazione di concetti creativi</b>	e1: elaborare concetti di immagini	e2: elaborare concetti cromatici	e3: elaborare concetti tipografici e di layout	e4: elaborare logotipi e marchi	e5: elaborare sistemi di caratteri tipografici e segni grafici	e6: elaborare concetti di animazione e grafiche animate
		e7: elaborare concetti per l'impiego di media digitali interattivi	e8: elaborare soluzioni per spazi e oggetti tridimensionali	e9: verificare e coordinare gli elementi creativi elaborati			
f	<b>Realizzazione di concetti creativi</b>	f1: verificare e rielaborare i concetti creativi	f2: adeguare gli elementi creativi elaborati in funzione del media prescelto	f3: definire i dettagli dei progetti creativi	f4: preparare i documenti di produzione in funzione del media prescelto	f5: supervisionare la produzione di media per progetti creativi e rispettare le direttive	
g	<b>Presentazione di contenuti e competenze</b>	g1: visualizzare e presentare i progetti creativi	g2: preparare i progetti creativi per il portfolio	g3: presentare il portfolio alle persone interessate mettendo in risalto le proprie competenze			

### **3.3 Livello richiesto per la professione**

Il livello richiesto per la professione è specificato nel piano di formazione insieme agli obiettivi di valutazione delle competenze operative nei tre luoghi di formazione. Oltre alle competenze operative, viene impartita la cultura generale secondo l'ordinanza della SEFRI del 27 aprile 2006 sulle prescrizioni minime in materia di cultura generale nella formazione professionale di base (RS 412.101.241).

## 4. Campi di competenze operative, competenze operative e obiettivi di valutazione suddivisi per luogo di formazione

In questo capitolo vengono descritte le competenze operative (raggruppate nei relativi campi) e gli obiettivi di valutazione suddivisi per luogo di formazione. Gli strumenti per la promozione della qualità riportati in allegato sono un sostegno alla realizzazione della formazione professionale di base e alla cooperazione fra i tre luoghi di formazione.

<b>Campo di competenze operative a: organizzazione di progetti e processi di lavoro</b>	
<b>Competenza operativa a1: pianificare e illustrare i processi di lavoro per i progetti creativi visivi</b> <p>I grafici pianificano le fasi di lavoro di un progetto creativo, definiscono quelle essenziali e le comunicano poi ai committenti. Coordinano e gestiscono lo svolgimento del progetto basandosi sulle relative disposizioni. Durante la realizzazione verificano costantemente se il progetto soddisfa le intenzioni comunicative e raggiunge gli obiettivi raggiunti. Accolgono in maniera costruttiva modifiche o nuove richieste e propongono soluzioni innovative o alternative, mostrando al contempo in che modo le modifiche introdotte agiscono sulla pianificazione del progetto e sui costi. Per evitare incomprensioni definiscono le modifiche per iscritto e ne informano immediatamente tutte le parti coinvolte.</p>	
<b>Obiettivi di valutazione dell'azienda</b>	<b>Obiettivi di valutazione della scuola professionale</b>
<p>I grafici...</p> <p>a1.1 rilevano all'inizio del progetto le principali necessità e aspettative dei committenti in maniera mirata e adeguata e in seguito le trascrivono in forma completa e comprensibile. (C5)</p>	<p>I grafici ...</p> <p>a1.1 raccolgono le principali informazioni necessarie per pianificare il progetto. (C5)</p> <p>a1.2 schizzano la procedura per chiarire le aspettative di progetto secondo le disposizioni. (C3)</p> <p>a1.3 descrivono gli elementi principali necessari per documentare un colloquio in maniera completa ed esauriente. (C2)</p> <p>a1.4 usano la comunicazione verbale e non verbale in maniera adeguata alla situazione durante il colloquio. (C3)</p> <p>a1.5 rilevano necessità e aspettative dei committenti mediante ascolto attivo e domande. (C5)</p>
<p>a1.6 definiscono gli obiettivi di progetto e redigono il relativo mansionario. (C5)</p>	<p>a1.6 illustrano i principali criteri per redigere un mansionario e spiegano i relativi compiti. (C2)</p> <p>a1.7 formulano obiettivi misurabili per progetti creativi. (C4)</p>

a1.4 organizzano progetti tenendo conto dei valori, delle visioni, dei modelli e degli obiettivi strategici dei committenti. (C6)	a1.4 pianificano a titolo d'esempio l'approccio strategico ai processi creativi. (C6)
a1.5 definiscono le fasi di lavoro e le tappe per realizzare un progetto sulla base delle disposizioni e allestiscono un calendario dettagliato. (C4)	a1.5 descrivono le fasi di lavoro di un progetto creativo e presentano con chiarezza il calendario elaborato. (C3) a1.6 descrivono in maniera tecnicamente corretta funzionamento e ambito d'impiego degli strumenti di uso corrente d'ausilio per la pianificazione. (C2)
a1.6 illustrano obiettivi, metodi, priorità e pianificazione del progetto, tengono conto delle richieste di modifica nella propria pianificazione e la adeguano in maniera conseguente. (C5)	a1.6 descrivono con parole proprie obiettivi e metodi per pianificare progetti. (C2) a1.7 allestiscono a titolo d'esempio una pianificazione per realizzare un progetto creativo. (C4)
a1.8 definiscono le principali regole relative a contenuti e forme cui attenersi per garantire e tracciare i risultati. (C4)	a1.8 spiegano le principali regole relative a contenuti e forme cui attenersi per garantire e tracciare i risultati. (C2)

<b>Competenza operativa a2: coordinare la collaborazione delle persone coinvolte nei progetti creativi</b>	
Durante la fase iniziale di un progetto, i grafici valutano la necessità di coinvolgere altri professionisti. Allestiscono un team sulla base delle competenze necessarie coinvolgendo attori interni/esterni al progetto. Pianificano, regolano e coordinano le singole prestazioni, garantendo così durante lo svolgimento dell'intero progetto la collaborazione ottimale tra tutte le parti coinvolte. Prestano particolare attenzione al lavoro di squadra.	
<b>Obiettivi di valutazione dell'azienda</b>	<b>Obiettivi di valutazione della scuola professionale</b>
I grafici ... a2.1 analizzano le competenze necessarie per svolgere un progetto sulla base delle relative disposizioni. (C4) a2.2 deducono i propri compiti dalle disposizioni di progetto. (C4)	I grafici... a2.1. verificano le disposizioni di progetto dal punto di vista delle risorse, delle aspettative e delle scadenze, verificano la fattibilità e annotano i risultati. (C4)
a2.3 determinano la procedura di lavoro, le tempistiche e selezionano le persone da coinvolgere sulla base delle disposizioni di progetto. (C5)	a2.3 descrivono i principi di gestione del tempo e dei progetti. (C2)
a2.4 elaborano un piano per lo sviluppo sistematico di un progetto visivo. (C3)	a2.4 descrivono i campi di attività correlati alle professioni creative e le distinguono dal campo di attività della grafica. (C2) a2.5 descrivono le organizzazioni del mondo del lavoro responsabili della formazione per grafico e la loro importanza per il ramo. (C1) a2.6 realizzano una panoramica delle prestazioni interne ed esterne relative a un progetto creativo. (C3)
a2.7 coordinano la collaborazione tra professionisti interni ed esterni. (C5)	

<b>Competenza operativa a3: definire le proprie prestazioni, le tempistiche e i fattori di costo esterni</b>	
I grafici definiscono le prestazioni proprie e definiscono le tempistiche secondo le indicazioni relative al budget indicato. Richiedono i preventivi necessari per le prestazioni esterne e i costi di produzione e li sottopongono ai committenti. Durante ogni singola fase di progetto tengono conto delle disposizioni relative al budget e, se necessario, intervengono. I grafici sono inoltre consapevoli degli ulteriori fattori di costo come diritti d'autore, di utilizzo e licenze.	
<b>Obiettivi di valutazione dell'azienda</b>	<b>Obiettivi di valutazione della scuola professionale</b>
I grafici...	I grafici ...
a3.1 illustrano in maniera chiara le prestazioni relative alle singole fasi di lavoro e di progetto mediante una panoramica. (C3)	a3.1 realizzano una panoramica delle prestazioni da fornire per un progetto creativo. (C3)
a3.2 definiscono le tempistiche necessarie per le singole fasi di lavoro. (C3)	a3.2 spiegano i fattori di costo da considerare per calcolare l'onorario. (C2)
	a3.3 sanno spiegare in maniera esauriente nell'ambito di progetti didattici in che modo il progetto creativo tiene conto delle condizioni quadro economiche. (C3)
a3.4 confrontano tra loro i preventivi dei vari fornitori, delle aziende produttrici e degli attori esterni coinvolti nel progetto. (C4)	a3.4. spiegano le principali voci da considerare per richiedere preventivi presso fornitori, aziende produttrici e attori esterni coinvolti nel progetto. (C2)
	a3.5 illustrano un preventivo ricevuto usando il linguaggio tecnico appropriato. (C2)
a3.6 controllano le proprie tempistiche basandosi sulle disposizioni relative al budget. Se necessario richiedono riscontri e attuano gli adattamenti necessari. (C4)	a3.6 definiscono le tempistiche secondo le disposizioni relative al budget per un progetto didattico. (C3)
a3.8 rispettano le disposizioni relative al diritto d'autore, al diritto di utilizzazione e alle licenze. (C3)	a3.8 distinguono diritti d'autore, diritto di utilizzazione e licenze. (C4)

<b>Competenza operativa a4: considerare i contesti culturali e la sostenibilità sociale e ambientale</b>	
<p>Durante il loro lavoro i grafici considerano la sostenibilità ambientale e sociale nonché il contesto culturale. Verificano inoltre ogni progetto dal punto di vista della compatibilità ambientale e climatica e garantiscono un design il più ecologico e socialmente accettabile possibile nonché lo sfruttamento sostenibile delle risorse e dei materiali. Nel loro ambito di lavoro gestiscono le risorse nella maniera più responsabile e sostenibile possibile e prestano attenzione ai principali aspetti relativi alla salute nel processo di lavoro.</p>	
Obiettivi di valutazione dell'azienda	Obiettivi di valutazione della scuola professionale
<p>I grafici...</p> <p>a4.1 motivano in maniera comprensibile l'impatto sociale e culturale dei messaggi concettuali e visivi scelti (C6)</p>	<p>I grafici...</p> <p>a4.1 analizzano l'impatto sociale e culturale della comunicazione visiva. (C4)</p> <p>a4.2 classificano i messaggi scelti a livello dei contenuti e visivo in base a un determinato contesto culturale e artistico. (C4)</p>
<p>a4.3 analizzano i loro progetti dal punto di vista della compatibilità ambientale e climatica nonché degli aspetti rilevanti per la salute nel processo di lavoro e ne deducono le relative misure. (C5)</p>	<p>a4.3 esaminano il concetto creativo nei progetti didattici dal punto di vista della compatibilità ambientale e climatica. (C4)</p> <p>a4.4 descrivono le certificazioni più diffuse nel ramo e i relativi criteri. (C2)</p> <p>a4.5 spiegano gli aspetti rilevanti per la salute nel processo di lavoro. (C2)</p>
<p>a4.6 propongono ai committenti un design sostenibile dal punto di vista ambientale e sociale, nonché metodi di produzione e materiali che consentano uno sfruttamento efficiente delle risorse. (C5)</p>	<p>a4.6 analizzano progetti didattici per determinare se il design è sostenibile dal punto di vista ambientale e sociale e se i materiali consentono uno sfruttamento efficiente delle risorse. (C4)</p> <p>a4.7 elencano i principali effetti sull'ambiente legati alla realizzazione di un progetto creativo. (C1)</p>
<p>a4.8 stabiliscono criteri per scegliere partner e fornitori in base a elementi ecologici e sociali. (C5)</p>	

a4.9 usano durante la loro attività risorse e sostanze nocive per l'ambiente nella maniera più parsimoniosa possibile. (C3)	
---	--

<b>Competenza operativa a5: concludere progetti creativi</b> Concluso un mandato, i grafici si assicurano che sia stato eseguito secondo gli accordi presi. Organizzano un debriefing per analizzare i processi di lavoro e adeguare di conseguenza nuovi progetti. Archiviacono ed effettuano sistematicamente il backup dei dati di lavoro per garantirne la disponibilità.	
<b>Obiettivi di valutazione dell'azienda</b>	<b>Obiettivi di valutazione della scuola professionale</b>
I grafici...	I grafici...
a5.1 verificano i risultati delle prestazioni fornite dalle parti coinvolte nel progetto e le confrontano con le disposizioni fornite dai committenti. (C4)	a5.1 analizzano a titolo di esempio un progetto concluso per verificare il raggiungimento degli obiettivi prefissati. (C4)
a5.2 analizzano la pianificazione e la realizzazione e indicano i punti con potenziale di miglioramento. (C5)	
a5.3 allestiscono una documentazione di progetto completa. (C3)	
a5.4 classificano, salvano e archiviano la documentazione in maniera sistematica e comprensibile. (C2)	a5.4 descrivono i principi di archiviazione. Alla conclusione di un progetto didattico, archiviano dati digitali usando una denominazione logica per i dati. (C2)

## Campo di competenze operative b: ricerca e analisi di materiale per progetti

### Competenza operativa b1: analizzare il briefing e adattarlo insieme ai committenti

All'inizio del progetto i grafici ricevono il briefing dai committenti. Verificano quindi che gli obiettivi di progetto siano espressi in modo chiaro e completo. Chiariscono con i committenti eventuali dubbi, informazioni mancanti o incomplete. Se il briefing non è disponibile nella fase iniziale, lo elaborano da soli o insieme ai committenti. Lo perfezionano e in seguito lo sottopongono ai committenti per l'approvazione.

Obiettivi di valutazione dell'azienda	Obiettivi di valutazione della scuola professionale
I grafici... b1.1 analizzano il briefing per accertarsi che sia completo e comprensibile. (C4)	I grafici ... b1.1 descrivono le componenti e la struttura del briefing. (C2)
b1.2 analizzano il briefing in funzione degli obiettivi di progetto. (C4)	b1.2 analizzano un briefing d'esempio in funzione degli obiettivi di progetto. (C4)
b1.3 elaborano un briefing autonomamente o in collaborazione con i committenti nel caso questi non sia disponibile. (C5)	b1.3 redigono briefing per progetti didattici. (C3)
b1.4 discutono il briefing con i committenti in maniera mirata e annotano i risultati in modo comprensibile. (C4)	
b1.5 adattano il briefing sulla base dei chiarimenti ricevuti e lo sottopongono ai committenti per l'approvazione. (C4)	

<b>Competenza operativa b2: effettuare ricerche per progetti creativi</b> I grafici definiscono le principali fonti di ispirazione per svolgere ricerche relative a un progetto creativo. A tal fine attingono alle loro conoscenze in ambito culturale, artistico, di storia del design e della comunicazione. Definiscono i metodi e gli strumenti idonei da usare e li impiegano in maniera mirata. Annotano costantemente i risultati delle ricerche e li archiviano in maniera sensata e comprensibile.	
Obiettivi di valutazione dell'azienda	Obiettivi di valutazione della scuola professionale
I grafici... b.2.1 definiscono le tematiche centrali, gli ambiti correlati e le fonti di ispirazione legate al progetto. (C5)	I grafici... b2.1 elencano le principali tappe della storia culturale, artistica e del design usando la terminologia appropriata. (C1) b2.2 spiegano lo sviluppo della comunicazione visiva servendosi di esempi. (C2) b.2.3 impiegano in maniera mirata i principali metodi e strumenti per raccogliere informazioni e ne motivano la scelta in funzione del progetto. (C4)
b.2.4 definiscono metodi e fonti efficaci per le ricerche. (C4)	b2.4 definiscono tematiche e obiettivi per una ricerca a titolo d'esempio e motivano le loro scelte. (C5) b2.5 verificano le fonti e ne valutano la qualità. (C4) b2.6 citano correttamente le fonti. (C1)
b.2.7 allestiscono una raccolta di materiali basandosi sulle ricerche precedenti. (C3)	b2.7 documentano i risultati delle ricerche in maniera comprensibile e ne traggono conclusioni per concretizzare il progetto. (C4)
b.2.8 elaborano una struttura di archiviazione efficiente per le informazioni raccolte e le archiviano in maniera comprensibile. (C3)	

<b>Competenza operativa b3: elaborare e analizzare i risultati delle ricerche per i progetti creativi</b>	
I grafici elaborano i risultati delle ricerche in maniera strutturata e li analizzano in funzione degli obiettivi di progetto. Confrontano, distinguono e valutano il potenziale creativo in funzione del lavoro di progettazione grafica. Nel corso di un'analisi conclusiva ponderano i contenuti e gli aspetti creativi e selezionano le informazioni rilevanti per il progetto.	
<b>Obiettivi di valutazione dell'azienda</b>	<b>Obiettivi di valutazione della scuola professionale</b>
I grafici ... b.3.1 esaminano i risultati delle ricerche in funzione della loro importanza dal punto di vista dei contenuti e della creatività, del potenziale e dell'usabilità. (C4)	I grafici ... b3.1 esaminano i risultati delle ricerche in progetti didattici in funzione della loro rilevanza dal punto di vista dei contenuti e della creatività, del potenziale e dell'usabilità. (C4)
b.3.2 valutano e ponderano i risultati delle ricerche. (C6)	b3.2 descrivono i principali strumenti di analisi e li impiegano in maniera mirata nei progetti didattici, in modo particolare nell'analisi delle tendenze, della concorrenza, del mercato e dei gruppi target. (C3)
b.3.3 valutano la qualità dei risultati di ricerca in funzione degli obiettivi di progetto. (C6)	b.3.3 valutano la qualità delle ricerche svolte in progetti didattici in funzione degli obiettivi di progetto. (C6)
b.3.4 elaborano le analisi in maniera sistematica e comprensibile. (C3)	b.3.4 strutturano le informazioni in maniera chiara e comprensibile. (C4)

<b>Competenza operativa b4: valutare fattibilità e pertinenza dei progetti creativi</b>	
I grafici usano le informazioni ricavate mediante le analisi per trarre conclusioni utili per gli obiettivi di progetto. Verificano la fattibilità e l'adeguatezza del progetto creativo. Il risultato di questa verifica si traduce poi in un insieme di soluzioni fattibili e mirate per una comunicazione orientata ai gruppi target.	
<b>Obiettivi di valutazione dell'azienda</b>	<b>Obiettivi di valutazione della scuola professionale</b>
I grafici... b.4.1 definiscono i criteri di selezione per verificare gli obiettivi di progetto. (C6) b.4.2 verificano in maniera critica i risultati dell'analisi sulla base dei criteri. (C6)	I grafici... b.4.1 stabiliscono criteri per verificare il raggiungimento degli obiettivi di un progetto didattico e li applicano con ponderazione. (C6) b.4.2 verificano un progetto didattico sulla base dei criteri. (C6)
b.4.3 traggono dall'analisi svolta conclusioni concise per gli obiettivi di progetto. (C5)	b.4.3 traggono dall'analisi svolta conclusioni concise per gli obiettivi di un progetto didattico. (C4)
b.4.6 formulano strategie applicabili e soluzioni per il progetto creativo. (C5)	b4. formulano strategie applicabili e soluzioni per un progetto didattico. (C5)
b.4.7 verificano se le soluzioni definite sono adeguate ai gruppi target e se soddisfano l'obiettivo di progetto. (C6)	

<b>Competenza operativa b5: illustrare ai committenti le conclusioni e la fattibilità e fornire motivazioni adeguate</b>	
<p>I grafici riassumono le conclusioni dell'analisi allestendo una documentazione avente forma mediatica adeguata, comprensibile, strutturata e precisa da sottoporre ai committenti per l'approvazione finale.</p>	
Obiettivi di valutazione dell'azienda	Obiettivi di valutazione della scuola professionale
<p>I grafici...</p> <p>b.5.1 Rielaborano le conclusioni tratte dall'analisi e le illustrano mediante una documentazione chiara e comprensibile. (C6)</p>	<p>I grafici ...</p> <p>b.5.1 spiegano i componenti e la struttura di un documento. (C2)</p> <p>b.5.2 allestiscono una documentazione sulla base delle ricerche e delle conclusioni tratte dall'analisi svolta. (C5)</p>
<p>b.5.3 allestiscono la documentazione in maniera adeguata al media e la illustrano ai committenti in maniera chiara e mirata ai gruppi target. (C3)</p>	<p>b5.3 allestiscono una documentazione chiara e strutturata. (C4)</p>

## **Campo di competenze operative c: elaborazione di strategie comunicative**

### **Competenza operativa c1: verificare il contenuto dell'intenzione comunicativa e se necessario specificarlo**

I grafici verificano se un messaggio è già disponibile, se deve essere affinato o se non è ancora stato definito. Riflettono sull'intenzione comunicativa del progetto creativo e sui gruppi target cui si rivolge basandosi sugli obiettivi di progetto e sulle conclusioni tratte dall'analisi svolta. Annotano i risultati mediante schizzi e note.

<b>Obiettivi di valutazione dell'azienda</b>	<b>Obiettivi di valutazione della scuola professionale</b>
<p>I grafici...</p> <p>c1.1 verificano la presenza di un'intenzione comunicativa; se necessario, la formulano. (C5)</p>	<p>I grafici...</p> <p>c1.1 illustrano gli elementi di un messaggio. (C2)</p> <p>c1.2 motivano il messaggio in funzione dei gruppi target. (C4)</p> <p>c1.3 applicano i principi della comunicazione, della semiotica e della teoria dei media. (C3)</p>
<p>c1.4 definiscono sulla base degli obiettivi di progetto il carattere del messaggio e formulano in maniera chiara l'intenzione comunicativa. (C5).</p>	<p>c1.4 elencano i metodi per estrapolare e rilevare gli elementi chiave di un messaggio. (C2)</p>
<p>c1.5 elaborano le prime idee mediante schizzi relativi all'aspetto del messaggio. (C5)</p> <p>c1.6. formulano in maniera chiara un'intenzione creativa sulla base delle disposizioni di progetto. (C5)</p>	

<b>Competenza operativa c2: elaborare e descrivere il carattere del messaggio contenuto nei progetti creativi</b>	
I grafici elaborano spunti creativi relativi all'aspetto visivo del messaggio avvalendosi in questa fase del coinvolgimento attivo dei committenti. Descrivono il carattere del messaggio mediante parole e una visualizzazione chiara e pregnante.	
<b>Obiettivi di valutazione dell'azienda</b>	<b>Obiettivi di valutazione della scuola professionale</b>
I grafici... c2.1 selezionano spunti creativi e li esaminano nell'ottica del messaggio desiderato. (C3)	I grafici... c2.1 elaborano vari spunti creativi nell'ambito di progetti didattici. (C5) c2.2 selezionano spunti creativi nell'ambito di progetti didattici e li verificano in funzione del messaggio desiderato. (C5)
c2.3 valutano se gli spunti visivi soddisfano gli obiettivi di progetto e, se necessario, li adeguano. (C6)	c2.3 analizzano spunti creativi nell'ambito di progetti didattici e li esaminano in funzione delle intenzioni comunicative. (C6)
c2.4 realizzano una moodboard che descriva e visualizzi in maniera efficace l'aspetto delle intenzioni comunicative. (C4)	c2.4 illustrano scopo, elementi, forme ed effetto della moodboard. (C2) c2.5 usano moodboard per illustrare e visualizzare spunti creativi. (C3)
c2.6 valutano la moodboard insieme ai committenti e registrano i risultati per iscritto. (C4)	c2.6 confrontano moodboard e registrano i risultati. (C6)

<b>Competenza operativa c3: definire le misure e i canali di comunicazione nonché i media per i progetti creativi</b> I grafici elaborano una strategia comunicativa adeguata sulla base degli obiettivi di progetto e del messaggio desiderato. A tal fine definiscono i canali di comunicazione idonei e i media opportuni. Motivano infine la scelta delle misure.	
Obiettivi di valutazione dell'azienda	Obiettivi di valutazione della scuola professionale
I grafici... c3.1 elaborano una comunicazione adeguata sulla base degli obiettivi di progetto, del messaggio desiderato e degli spunti visivi. (C5)	I grafici... c3.1: elencano i principi della pubblicità, del marketing e della comunicazione. (C2) c3.2: applicano i principi della pubblicità, del marketing e della comunicazione nell'ambito di progetti didattici. (C3) c3.3 elaborano una strategia comunicativa adeguata nei progetti didattici sulla base degli obiettivi di progetto, del messaggio desiderato e degli spunti visivi. (C3)
c3.4 definiscono i canali di comunicazione adeguati alla strategia comunicativa scelta. (C5)	c3.4 definiscono nell'ambito di progetti didattici i canali di comunicazione adeguati alla strategia comunicativa scelta. (C5)
c3.5 valutano la scelta dei canali di comunicazione e della combinazione di media in funzione delle condizioni quadro del progetto e prendono nota dei risultati per iscritto. (C6)	c3.5 stabiliscono una lista di criteri per valutare le misure di comunicazione, i canali di comunicazione e i media. (C5)
c3.6 allestiscono un argomentario e motivano in maniera chiara la scelta delle misure e dei canali di comunicazione nonché dei media. (C6)	c3.6 formulano argomenti coerenti e convincenti relativi a decisioni concettuali e creative. (C5) c3.7 allestiscono un argomentario nell'ambito di un progetto didattico e motivano in maniera chiara la scelta delle misure e dei canali di comunicazione nonché dei media. (C6)
c3.8 comunicano ai committenti le strategie di comunicazione nella forma adeguata. (C3) c3.9 ricevono i feedback dei committenti e, se necessario, adeguano la strategia comunicativa. (C4)	c3.8 documentano con i mezzi adeguati le strategie di comunicazione adottate, nell'ambito di un progetto didattico. (C3)

## Campo di competenze operative d: sviluppo e presentazione di idee

### Competenza operativa d1: generare idee mediante metodi creativi

I grafici trovano ed elaborano contenuti e idee creative utili per realizzare la strategia comunicativa. In questo processo applicano ogni metodo creativo idoneo per generare il maggior numero di idee possibile. A tal fine usano la loro intuizione, la loro curiosità e loro conoscenze sociali e culturali. Annotano tutte le idee nella forma adeguata.

Obiettivi di valutazione dell'azienda	Obiettivi di valutazione della scuola professionale
<p>I grafici...</p> <p>d1.1 elaborano una varietà di contenuti e idee concettuali sulla base degli obiettivi di progetto. (C4)</p>	<p>I grafici...</p> <p>d1.1 illustrano vantaggi e svantaggi dei vari metodi creativi e li selezionano in maniera ponderata in base agli obiettivi di efficacia. (C4)</p> <p>d1.2 formulano strategie per generare idee adeguate al progetto creativo. A tal fine considerano gli aspetti sociali, culturali e storico-artistici e ulteriori fonti di ispirazione. (C5)</p> <p>d1.3 analizzano il processo di ricerca di idee mediante principi teorici. (C3)</p> <p>d1.4 adottano metodi creativi adeguati durante la fase di ricerca di idee nell'ambito di progetti didattici. (C3)</p> <p>d1.5 elaborano in maniera sistematica varie idee nell'ambito di progetti didattici. (C4)</p>
<p>d1.6 registrano contenuti e idee concettuali mediante note, schizzi e altri mezzi adeguati. (C3)</p>	<p>d1.6 annotano idee mediante note, schizzi e altri mezzi creativi nell'ambito di progetti didattici. (C3)</p>

<b>Competenza operativa d2: valutare e selezionare le idee sulla base di criteri propri</b>	
<p>I grafici stabiliscono criteri per valutare la qualità creativa e comunicativa di una serie di idee disponibili. Usano metodi adeguati a selezionare, confrontare, combinare o scartare idee. Esaminano le idee in base all'originalità, all'innovazione e all'adeguatezza. Documentano il processo di valutazione in maniera costante e comprensibile.</p>	
<b>Obiettivi di valutazione dell'azienda</b>	<b>Obiettivi di valutazione della scuola professionale</b>
<p>I grafici...</p> <p>d2.1 stabiliscono una lista di criteri per valutare la ricerca di idee sulla base degli obiettivi di progetto, delle conclusioni tratte dall'analisi svolta, delle strategie di comunicazione nonché delle proprie conoscenze sociali e culturali. (C5)</p>	<p>I grafici...</p> <p>d2.1 descrivono lo scopo di una valutazione e di una selezione sistematica delle idee. (C2)</p> <p>d2.2 stabiliscono a titolo d'esempio una lista di criteri sulla base delle disposizioni del progetto didattico per valutare i risultati dell'ampia ricerca di idee. (C6)</p>
<p>d2.3 valutano le idee raccolte sulla base della lista di criteri stabilita in precedenza e selezionano quelle adatte. (C5)</p>	<p>d2.3 selezionano più idee sulla base della loro lista di criteri definita a titolo d'esempio e le perfezionano testando varianti, modifiche e combinazioni e riesaminando, scartando o approfondendo nuovamente le idee elaborate. (C5)</p> <p>d2.4 documentano il processo di valutazione e selezione delle idee mediante schizzi, bozze, varianti e moodboards. (C3)</p> <p>d2.5 classificano le idee raccolte nell'ambito del progetto didattico sulla base della lista di criteri e selezionano le idee adeguate. (C5)</p>
<p>d2.6 elaborano le idee selezionate testando varianti, modifiche e combinazioni e riesaminando, scartando o approfondendo nuovamente le idee elaborate. A tal fine usano metodi creativi adeguati. (C5)</p>	<p>d2.6 elaborano le idee selezionate secondo le disposizioni del progetto didattico e adottano metodi creativi adeguati durante la fase di valutazione e selezione delle idee. (C5)</p>
<p>d2.7 annotano i risultati del processo di valutazione e selezione delle idee in maniera chiara e comprensibile. (C3)</p>	<p>d2.7 allestiscono una documentazione relativa al processo di valutazione e selezione di idee per un progetto didattico. (C3)</p>

<b>Competenza operativa d3: presentare alle persone coinvolte nel progetto e ai committenti il potenziale delle idee raccolte</b>	
<p>I grafici decidono quali idee presentare sulla base delle disposizioni e delle condizioni quadro del progetto creativo. Sono in grado di illustrare la qualità dell'idea scelta in relazione alla strategia comunicativa in maniera chiara e coerente. Mettono in scena le idee in maniera efficace e pregnante in forma adeguata e comparabile e le illustrano in maniera mirata ai gruppi target usando argomenti convincenti.</p>	
Obiettivi di valutazione dell'azienda	Obiettivi di valutazione della scuola professionale
<p>I grafici...</p> <p>d3.1 stabiliscono criteri e argomenti per presentare le idee selezionate. (C4)</p>	<p>I grafici...</p> <p>d3.1 stabiliscono criteri e argomenti per presentare le idee selezionate nell'ambito di un progetto didattico. (C4)</p>
<p>d3.2 scelgono media e mezzi di comunicazione adeguati con cui esprimere in maniera efficace il potenziale delle idee selezionate. (C3)</p>	<p>d3.2 selezionano nell'ambito di progetti didattici media e mezzi di comunicazione adeguati con cui poter esprimere in maniera chiara il potenziale delle idee da presentare. (C3)</p>
<p>d3.3 presentano alle persone coinvolte nel progetto e ai committenti le idee selezionate con argomenti coerenti e convincenti e descrizioni appropriate. (C3)</p>	<p>d3.3 presentano le idee selezionate nell'ambito di un progetto didattico con argomenti coerenti e convincenti e descrizioni adeguate. (C3)</p>

## Campo di competenze operative e: elaborazione di concetti creativi

### Competenza operativa e1: elaborare concetti di immagini

I grafici elaborano un concetto di immagine adeguato sulla base della strategia comunicativa. A tal fine, distinguono tra le regole fondamentali del linguaggio visivo (key visual) e l'uso situazionale delle immagini. Esaminano e registrano vari spunti creativi. Decidono come attuare il concetto di immagine sulla base delle loro conoscenze. Impiegano tecniche fotografiche, illustrative o grafiche, considerando costantemente i requisiti specifici dei vari media. Formulano un briefing esaustivo per ingaggiare professionisti specializzati.

Obiettivi di valutazione dell'azienda	Obiettivi di valutazione della scuola professionale
I grafici...	I grafici...
e1.1 definiscono il fabbisogno di immagini per un mandato sulla base della strategia comunicativa, elaborano varie varianti di impiego e schizzano alcune idee di immagini. (C4)	e1.1 elaborano varie idee di impiego per immagini e schizzano idee di immagini per un progetto didattico. (C3)
e1.2 sperimentano vari linguaggi visivi e selezionano quello più adeguato. (C4)	e1.2 descrivono varie tecniche di pittura e disegno. (C2) e1.2 descrivono le principali funzioni dei software per il trattamento delle immagini. (C2) e1.3 elaborano nell'ambito di un progetto didattico un linguaggio visivo adeguato e un concetto di immagine. (C5)
e1.4 definiscono i tipi di immagini necessari come immagini evocative, documentali o infografiche. (C3)	e1.4 descrivono i mezzi creativi della fotografia. (C2) e1.5 realizzano autonomamente una bozza di fotografia relativa a un determinato argomento tenendo conto dei principi tecnici. (C5) e1.6 spiegano i principi tecnici della fotografia e le regole di uso corrente per comporre e creare un'immagine. (C2) e1.7 sperimentano vari linguaggi visivi nell'ambito di un progetto didattico. (C3) e1.8 definiscono vari tipi di immagini e i loro possibili settori di impiego nell'ambito di un progetto didattico. (C4)
e1.9 realizzano illustrazioni, fotografie, infografiche e disegni nonché proprie immagini d'esempio. Se necessario selezionano le immagini di stock adeguate. (C3)	e1.9 realizzano schizzi espressivi e proprie illustrazioni nell'ambito di un progetto didattico. (C3) e1.10 usano le principali funzioni dei software per il trattamento delle immagini. (C3) e1.11 usano le principali funzioni della grafica vettoriale. (C3)

e1.12 realizzano un briefing per far produrre esternamente le immagini desiderate. (C3)	e1.12 realizzano a titolo di esempio un briefing per la produzione esterna di immagini. (C3)
---	--

<b>Competenza operativa e2: elaborare concetti cromatici</b> <p>I grafici elaborano un concetto cromatico adeguato sulla base della strategia comunicativa. Esaminano vari spunti nell'ambito del colore e annotano i vari risultati. Nel farlo, considerano le caratteristiche specifiche dei vari media. Applicano correttamente le regole correnti della teoria dei colori dal punto di vista creativo-estetico, psicologico-culturale e degli aspetti tecnici dei media.</p>	
<b>Obiettivi di valutazione dell'azienda</b>	<b>Obiettivi di valutazione della scuola professionale</b>
I grafici...	I grafici...
e2.1 analizzano l'impiego dei colori in funzione dell'obiettivo di progetto e dei mezzi di comunicazione e registrano i risultati. (C4)	e2.1 descrivono l'importanza di un colore indicato in funzione del suo effetto visivo e del suo contenuto. (C2)
e2.2 sperimentano colori e tonalità in funzione del loro effetto visivo e del contenuto. A tal fine applicano le regole correnti della teoria dei colori in maniera mirata al progetto e alle specifiche del media usato. (C4)	<p>e2.2 descrivono le regole correnti della teoria dei colori, le caratteristiche dei sistemi di colori e il relativo ambito d'impiego. (C2)</p> <p>e2.3 applicano correttamente le regole della teoria e dei sistemi di colori nell'ambito di un progetto didattico. (C3)</p> <p>e2.4 elaborano concetti cromatici nell'ambito di un progetto didattico e illustrano i relativi concetti tecnici. (C3)</p> <p>e2.5 formulano proposte per varie procedure di stampa e confrontano tra loro i risultati nell'ambito di un progetto didattico. (C3)</p>
e2.6 selezionano i colori adeguati a un progetto creativo e motivano la loro decisione con argomenti coerenti, che visualizzano con campioni di colore adatti. (C6)	e2.6 stabiliscono criteri per selezionare i colori adeguati nell'ambito di un progetto didattico. (C5)
e2.7 coordinano tra di loro i colori e, se necessario, elaborano nuove varianti e ne stabiliscono una gerarchia. (C5)	

<b>Competenza operativa e3: elaborare concetti tipografici e di layout</b>	
<p>I grafici elaborano un adeguato concetto tipografico e di layout in base alla strategia comunicativa. Elaborano vari spunti progettuali sfruttando la tipografia per strutturare e inscenare vari contenuti e, di conseguenza, realizzare differenti bozze di layout. Nel farlo tengono conto dei requisiti specifici dei media. Annotano i risultati e simulano le possibili applicazioni con vari media. I grafici usano i caratteri tipografici in maniera tale da soddisfare le aspettative del progetto creativo. Prima di usare i caratteri tipografici per il progetto, ne verificano la disponibilità, le condizioni di licenza e l'applicabilità tecnica.</p>	
<b>Obiettivi di valutazione dell'azienda</b>	<b>Obiettivi di valutazione della scuola professionale</b>
I grafici...	I grafici...
e3.1 definiscono i caratteri tipografici necessari per il progetto in base alla strategia comunicativa. (C4)	e3.1 deducono i caratteri tipografici necessari nell'ambito di progetti didattici. (C4)
e3.2 elaborano varie proposte creative per l'impiego dei caratteri tipografici e il layout. Durante il lavoro di progettazione tengono conto delle regole tipografiche. (C5)	e3.2 descrivono tutte le funzioni necessarie dei software di layout (C2) e3.3 usano i caratteri tipografici nell'ambito di progetti didattici secondo i requisiti creativi e le caratteristiche tecniche dei media. (C3)
e3.4 selezionano i caratteri tipografici adeguati sulla base delle intenzioni comunicative del progetto. (C6)	e3.4 usano la terminologia corretta relativa alla tecnica di composizione e alla tipografia nell'ambito di progetti didattici. (C3)
e3.5 esaminano e modificano varie forme tipografiche di messa in scena in funzione del raggiungimento degli obiettivi di progetto. (C5) e3.6 impiegano correttamente nel lavoro tipografico gli aspetti linguistici e di contenuto del testo. (C3)	e3.5 distinguono varie forme di messa in scena e le impiegano nell'ambito di progetti didattici. (C3) e3.6 impiegano correttamente nel lavoro tipografico gli aspetti linguistici e di contenuto del testo nell'ambito di progetti didattici. (C3)
e3.7 elaborano formati, luce di composizione o griglie per il loro layout e strutturano i contenuti con mezzi tipografici. (C4)	e3.7 applicano in maniera corretta varie forme di strutturazione tipografica nell'ambito di progetti didattici. (C3) e3.8 elaborano luci di composizione o griglie secondo le regole tipografiche. Giustificano le variazioni in maniera coerente. (C3) e3.9 usano tutte le funzioni necessarie dei software di layout. (C3)
e3.10 usano i caratteri tipografici nel rispetto dei principi giuridici. (C3)	e3.10 spiegano i criteri per scegliere i caratteri tipografici e i relativi aspetti legali. (C2)
e3.11 selezionano caratteri tipografici considerando l'impiego tecnico in base al media scelto. (C4)	e3.11 usano i programmi, gli standard e i formati adeguati in base al singolo impiego. (C4)

<b>Competenza operativa e4: elaborare logotipi e marchi</b> I grafici elaborano logotipi e marchi pregnanti in base alla strategia comunicativa. Dopo aver analizzato gli aspetti rilevanti per logotipi e marchi legati al contenuto e alla forma, elaborano e modificano spunti creativi. Adattano le bozze agli altri elementi creativi e simulano possibili usi. Definiscono forma e schema dei colori considerando i requisiti specifici dei media.	
Obiettivi di valutazione dell'azienda	Obiettivi di valutazione della scuola professionale
I grafici... e4.1 combinano tra loro i segni, i simboli e i caratteri tipografici adatti il cui contenuto consente di raggiungere l'obiettivo di progetto(C5) e4.2 analizzano le relazioni che si creano nel contrapporre segni, immagini, caratteri tipografici e colori e annotano i risultati nella forma adeguata. (C4)	I grafici... e4.1 esaminano il significato di vari segni e simboli nel passato e nel presente. (C4) e4.2 illustrano il concetto di semiotica con i suoi tre ambiti (segni come tali, la loro organizzazione in sistemi, il loro contesto). (C2) e4.3 confrontano il significato semiotico di segni e simboli. (C4) e4.4 esaminano, a titolo di esempio, le relazioni che si creano nel contrapporre segni, immagini, caratteri tipografici e colori. (C4)
e4.5 schizzano segni, logotipi e marchi sulla base delle loro ricerche sul contenuto. (C5) e4.6 concentrano temi e contenuti per astrarli nella presentazione. (C4)	e4.5 schizzano segni, logotipi e marchi nell'ambito di un progetto didattico sulla base delle loro ricerche sul contenuto. (C5) e4.6 concentrano temi e contenuti nell'ambito di progetti didattici per astrarli nella presentazione. (C4)
e4.7 confrontano vari approcci creativi basandosi su una serie di schizzi di idee adeguate ed elaborano segni adatti. (C5)	e4.7 selezionano nell'ambito di progetti didattici le idee adeguate sulla base di una serie di schizzi per testare spunti creativi concreti. (C4)

<b>Competenza operativa e5: elaborare sistemi di caratteri tipografici e segni grafici</b>	
<p>I grafici elaborano sistemi di caratteri e segni grafici sulla base della strategia comunicativa. Schizzano possibili soluzioni ed esaminano le bozze dal punto di vista della loro pregnanza visiva e della comprensibilità. Modificano e definiscono i dettagli formali e completano il sistema di caratteri tipografici e segni grafici. Usano presentazioni, modelli e applicazioni adeguate a visualizzare l'impiego delle misure richieste e dei media. Nel farlo, i grafici considerano i relativi requisiti tecnici. Se necessario, coinvolgono altri professionisti.</p>	
<b>Obiettivi di valutazione dell'azienda</b>	<b>Obiettivi di valutazione della scuola professionale</b>
<p>I grafici...</p> <p>e5.1 delineano e disegnano caratteri tipografici e segni grafici secondo criteri formali e funzionali. (C3)</p>	<p>I grafici...</p> <p>e5.1 impiegano in maniera professionale le regole tipografiche nell'ambito di progetti didattici. (C3)</p> <p>e5.2 applicano le regole correnti della teoria delle forme nello sviluppo della bozza. (C3)</p> <p>e5.3 elaborano a titolo di esempio nuovi sistemi di caratteri tipografici sulla base delle regole della teoria delle forme e del significato comunemente attribuito ai segni. (C5)</p> <p>e5.4 descrivono l'elaborazione del segno grafico usando la terminologia tecnica corretta. (C2)</p> <p>e5.5 illustrano lo sviluppo della tipografia sulla base di esempi indicati. (C2)</p> <p>e5.6 classificano i segni grafici in maniera professionale. (C1)</p> <p>e5.7 illustrano mediante schizzi i principi da seguire per costruire un segno grafico. (C2)</p>
e5.8 analizzano bozze e, se necessario, integrano sistemi di caratteri e segni grafici già esistenti. (C5)	e5.8 elaborano singoli segni grafici secondo regole indicate. (C4)
e5.9 visualizzano l'uso di caratteri tipografici o segni grafici su modelli, prototipi o mockup. (C3)	
e5.10 realizzano autonomamente o in collaborazione con altri professionisti proposte adeguate dal punto di vista tecnico e formale per l'uso di sistemi di caratteri tipografici e segni grafici. (C5)	
e5.11 elaborano pittogrammi mediante un linguaggio di segni grafici indipendente e pertinente. (C5)	e5.11 elaborano pittogrammi mediante un linguaggio di segni grafici indipendente e pertinente nell'ambito di un progetto didattico. (C5)

<b>Competenza operativa e6: elaborare concetti di animazione e grafiche animate</b>	
<p>I grafici elaborano applicazioni per grafiche animate e sequenze audiovisive. Schizzano idee per l'esecuzione e l'interazione tra immagine, testo e suono e registrano i risultati in uno storyboard. Cercano uno stile di animazione adeguato, adattano gli elementi creativi esistenti e, se necessario, realizzano prototipi. Svolgono gli approfondimenti tecnici necessari e scambiano informazioni con le persone coinvolte nel progetto. Se necessario collaborano con altri professionisti.</p>	
<b>Obiettivi di valutazione dell'azienda</b>	<b>Obiettivi di valutazione della scuola professionale</b>
<p>I grafici...</p> <p>e6.1 delineano animazioni e sequenze audiovisive. (C5)</p>	<p>I grafici...</p> <p>e6.1 illustrano tutte le funzioni necessarie dei motion software. (C2)</p> <p>e6.2 delineano prodotti di animazione e motiondesign nell'ambito di progetti didattici. (C5)</p> <p>e6.3 Applicano nell'ambito di progetti didattici gli strumenti drammaturgici della creazione di animazioni e motiondesign in maniera mirata. (C3)</p>
e6.4 definiscono gli strumenti adeguati a illustrare efficacemente nelle loro idee creative e nelle bozze la drammaturgia prevista. (C4)	e6.4 schizzano nell'ambito di progetti didattici le loro idee creative e le bozze mediante disegni, illustrazioni e fotografie. (C3)
e6.5 realizzano uno storyboard mediante disegni, illustrazioni e foto. (C3)	e6.5 realizzano uno storyboard mediante disegni, illustrazioni e foto nell'ambito di progetti didattici. (C3)
e6.6 realizzano semplici animazioni, spot e affissioni animate e loghi. (C3)	e6.6 realizzano semplici animazioni e sequenze audiovisive sulla base di storyboard nell'ambito di progetti didattici. (C4)
e6.7 elaborano esempi di animazioni e film per animazioni complesse e film realizzate da professionisti specializzati. (C5)	e6.7 definiscono quali professionisti coinvolgere per compiti specializzati nell'ambito di progetti didattici. (C4)
e6.8 creano mediante testi, schizzi, storyboard e propri esempi di animazioni briefing comprensibili utili per la realizzazione. (C4)	

<b>Competenza operativa e7: elaborare concetti per l'impiego di media digitali interattivi</b>	
I grafici elaborano applicazioni per media digitali interattivi sulla base della strategia comunicativa. Concepiscono e progettano interfacce utente per i media a schermo favorendo così l'esperienza d'uso. Elaborano una struttura drammaturgicamente adeguata a vari dispositivi in maniera autonoma o in collaborazione con altri professionisti. Nel farlo svolgono gli approfondimenti tecnici del caso e, se necessario, realizzano prototipi.	
<b>Obiettivi di valutazione dell'azienda</b>	<b>Obiettivi di valutazione della scuola professionale</b>
I grafici... e7.1 stabiliscono i principi per l'esperienza d'uso interattiva (look and feel) sulla base delle disposizioni di progetto. (C5)	I grafici... e7.1 descrivono le principali condizioni quadro per progettare in maniera professionale media digitali. (C2) e7.2 illustrano tutte le funzioni necessarie del software per delineare interfacce grafiche. (C2) e7.3 esaminano le possibilità di impiego di media interattivi nell'ambito di progetti didattici. (C4)
e7.4 visualizzano elementi strutturali, di navigazione e di design in maniera adeguata ai media per permettere l'orientamento, il flusso di lettura e la call to action nelle applicazioni interattive. (C5)	e7.4 delineano applicazioni interattive nell'ambito di progetti didattici. (C4)
e7.5 realizzano prototipi situazionali per applicazioni interattive. (C3)	e7.5 creano prototipi per applicazioni interattive nell'ambito di progetti didattici. (C3)
e7.6 analizzano feedback e test e sfruttano i risultati per migliorare costantemente lo sviluppo. (C4)	e7.6 applicano i risultati ottenuti da feedback e test durante lo sviluppo nell'ambito di progetti didattici. (C4)

<b>Competenza operativa e8: elaborare soluzioni per spazi e oggetti tridimensionali</b>	
I grafici elaborano imballaggi, creazioni tridimensionali, esposizioni e sistemi di orientamento. Svolgono gli approfondimenti tecnici necessari e, se necessario, realizzano prototipi. Decidono per quali compiti richiedere l'intervento di professionisti specializzati e quando invece acquisire autonomamente conoscenze tecniche.	
<b>Obiettivi di valutazione dell'azienda</b>	<b>Obiettivi di valutazione della scuola professionale</b>
I grafici...	I grafici...
e8.1 creano oggetti e spazi tridimensionali mediante mezzi grafici adeguati. (C5)	e8.1 illustrano le diverse modalità d'impiego delle discipline grafiche nelle applicazioni spaziali. (C2) e8.2 illustrano i principali ambiti di impiego dei sistemi di orientamento. (C2)
e8.3 elaborano idee creative proprie per oggetti tridimensionali e le visualizzano con i mezzi adeguati. (C5)	e8.3 illustrano l'importanza delle forme degli oggetti, delle dimensioni e della materialità per lo sviluppo di oggetti tridimensionali. (C2) e8.4 elaborano proprie idee creative nell'ambito di progetti didattici per oggetti o situazioni tridimensionali e visualizzano le proprie idee mediante mezzi adeguati. (C5)
e8.5 creano mediante mezzi grafici elementi spaziali e supporti nonché sistemi di orientamento per ambienti. (C5)	e8.5 spiegano i vari tipi di rappresentazione prospettica. (C2) e8.6 usano in modo appropriato vari tipi di rappresentazione prospettica nell'ambito di progetti didattici. (C3)
e8.7 creano semplici prototipi e modelli per concetti tridimensionali. (c3)	e8.7 realizzano semplici prototipi e modelli per progetti didattici. (C3)
e8.8 discutono i dettagli tecnici con le persone coinvolte nel progetto o, se necessario, richiedono l'intervento di professionisti specializzati. (C4)	e8.8 valutano, nell'ambito di progetti didattici, quali compiti dovrebbero essere svolti da professionisti specializzati. (C4)

<b>Competenza operativa e9: verificare e coordinare gli elementi creativi elaborati</b>	
<p>I grafici elaborano un concetto creativo basato sulla strategia comunicativa e che includa un sistema cross mediale coerente degli elementi creativi. In seguito lo presentano ai committenti usando con abilità i mezzi adeguati per visualizzare e spiegando in maniera comprensibile come raggiungere gli obiettivi di progetto. Garantiscono l'uso corretto degli elementi creativi mediante direttive, manuali, specifiche ed esempi.</p>	
<b>Obiettivi di valutazione dell'azienda</b>	<b>Obiettivi di valutazione della scuola professionale</b>
I grafici...	I grafici...
e9.1 Elaborano un concetto creativo sulla base di quanto appreso mediante il briefing, l'analisi e i feedback dei committenti. (C5)	<p>e9.1 elaborano un concetto creativo sulla base di briefing e analisi nell'ambito di progetti didattici. (C5)</p> <p>e9.2 spiegano le finalità e la sistematica del corporate Identity e del corporate design.(C2)</p> <p>e9.3 spiegano i principi del branding. (C2)</p> <p>e9.4 formulano nell'ambito di progetti didattici il concetto creativo sviluppato nella forma corretta e per iscritto. (C3)</p>
e9.5 presentano un concetto creativo in maniera chiara, convincente e orientata ai gruppi target. (C3)	e9.5 spiegano chiaramente nell'ambito di progetti didattici in che modo il concetto creativo raggiunge gli obiettivi previsti. (C3)
e9.6 delineano l'interazione degli elementi elaborati in un concetto creativo per i media previsti. (C5)	<p>e9.6 delineano l'interazione degli elementi elaborati in un concettocreativo per i media previsti nell'ambito di progetti creativi. (C5)</p> <p>e9.7 illustrano mediante esempi gli effetti prodotti dai mezzi drammaturgici sui vari media. (C4)</p>
e9.8 descrivono in maniera comprensibile e con mezzi adeguati gli elementi del concetto creativo nonché la sistematica e le regole di applicazione. (C5)	e9.8 descrivono in maniera comprensibile gli elementi del concetto creativo nonché la sistematica e le regole di applicazione con mezzi adeguati nell'ambito di progetti didattici. (C5)
e9.9 realizzano direttive di applicazione come manuali, template, style guide per realizzare progetti creativi. (C5)	

<b>Campo di competenze operative f: realizzazione di concetti creativi</b>	
<b>Competenza operativa f1: verificare e rielaborare i concetti creativi</b> I grafici analizzano un concetto creativo esistente e valutano se raggiunge gli obiettivi previsti e se attua in maniera efficace la strategia comunicativa. Discutono i risultati dell'analisi con i committenti e, se necessario, effettuano eventuali modifiche.	
<b>Obiettivi di valutazione dell'azienda</b>	<b>Obiettivi di valutazione della scuola professionale</b>
I grafici... f1.1 analizzano i componenti sulla base degli obiettivi di progetto indicati e della strategia comunicativa del concetto creativo. (C4) f1.2 stabiliscono le eventuali modifiche necessarie sulla base dei risultati ricavati dalla loro analisi e li registrano nella forma adeguata. (C5)	I grafici... f1.1 descrivono i criteri per valutare il raggiungimento degli obiettivi di progetto. (C2) f1.2 analizzano gli elementi di un concetto creativo d'esempio sulla base degli obiettivi di progetto indicati e della strategia comunicativa. (C4) f1.3 stabiliscono le eventuali modifiche necessarie sulla base dei risultati ricavati dalla loro analisi e li annotano nella forma adeguata. (C5)
f1.4 presentano i risultati della loro analisi alle persone coinvolte nel progetto e ai committenti e motivano le modifiche necessarie con argomenti convincenti. (C6)	
f1.5 modificano, se necessario, il concetto creativo sulla base dei feedback dei committenti e delle persone coinvolte nel progetto. (C3)	

<b>Competenza operativa f2: adeguare gli elementi creativi elaborati in funzione del media prescelto</b>	
I grafici adeguano correttamente gli elementi creativi ai mezzi e alle piattaforme di comunicazione prescelti. Nel farlo usano in maniera mirata le loro ampie conoscenze tecniche e le loro abilità creativo-artigianali.	
<b>Obiettivi di valutazione dell'azienda</b>	<b>Obiettivi di valutazione della scuola professionale</b>
I grafici...	I grafici...
f2.1 valutano se gli elementi creativi possono essere implementati in maniera coerente su tutte le piattaforme di comunicazione e i media prescelti e annotano i risultati delle loro valutazioni in maniera adeguata. (C6)	f2.1 descrivono correttamente dal punto di vista tecnico caratteristiche e requisiti dei vari media e piattaforme di comunicazione. (C2)
f2.2 adattano gli elementi in modo mirato, se necessario. (C3)	f2.2 delineano e adeguano l'aspetto creativo per gli usi previsti nell'ambito di un progetto didattico in maniera mediatica e professionale. (C4)
f2.3 modificano i dettagli creativi in maniera sistematica, se necessario. (C4)	

<b>Competenza operativa f3: definire i dettagli dei progetti creativi</b>	
I grafici esaminano la qualità creativa e tecnica dei dettagli dei progetti creativi e, se serve, li integrano, li precisano e li affinano. Se necessario, richiedono l'intervento di personale specializzato.	
<b>Obiettivi di valutazione dell'azienda</b>	<b>Obiettivi di valutazione della scuola professionale</b>
I grafici...	I grafici...
f3.1 valutano la qualità dei dettagli dei progetti grafici e formulano le necessarie modifiche. (C6)	f3.1 elaborano colori, tipografia e immagine mediante appositi strumenti, programmi mezzi ausiliari. (C3)
f3.2 integrano e precisano le bozze e adeguano i dettagli formali degli elementi creativi, se necessario. (C4)	
f3.3 precisano la micro e la macrotipografia ed elaborano i dettagli tipografici. (C4)	f3.3 applicano le regole tipografiche della micro e macrotipografia nell'ambito di progetti didattici. (C3)
f3.4 verificano le immagini già selezionate e, se necessario, le adeguano. (C4)	f3.4 descrivono i criteri per selezionare immagini nell'ambito di un progetto didattico. (C2) f3.5 impiegano varie possibilità per elaborare immagini a livello creativo. (C3) f3.6 elaborano immagini create autonomamente per varie procedure di stampa e le confrontano con le stampe ottenute. (C4)
f3.7 realizzano modelli, prototipi e mockup in base agli specifici requisiti dei media, se necessario. (C5)	f3.7 realizzano a titolo di esempio modelli, prototipi e mockup. (C3)
f3.8 redigono informazioni precise per professionisti specializzati e preparano documentazioni mirate per prestazioni esterne. (C4)	

<b>Competenza operativa f4: preparare i documenti di produzione in funzione del media prescelto</b>	
I grafici si procurano le informazioni necessarie per la produzione presso professionisti competenti e, se necessario, chiariscono gli aspetti tecnici. Redigono le istruzioni per la produzione e preparano i documenti di produzione per i media. Ne verificano la precisione dal punto di vista tecnico e forniscono ai professionisti competenti dati e documenti utili per la produzione.	
<b>Obiettivi di valutazione dell'azienda</b>	<b>Obiettivi di valutazione della scuola professionale</b>
I grafici...	I grafici...
f4.1 raccolgono le informazioni rilevanti per la produzione e registrano i risultati in forma adeguata. (C5)	f4.1 descrivono varie procedure e sistemi di pubblicazione nonché le relative modalità di impiego e i requisiti tecnici. (C2)
f4.2 preparano i contenuti in forma adeguata e riassumono le principali informazioni di produzione per la successiva elaborazione. (C3)	f4.2 descrivono le caratteristiche dei correnti formati di dati e immagini e il loro impiego usando il linguaggio tecnico corretto. (C2)
f4.3 usano sistemi di colore adeguati ai media. (C3)	f4.3 spiegano l'impiego a livello tecnico degli ausili adeguati usando il linguaggio tecnico corretto. (C2) f4.4 elencano correttamente le varie categorie di supporti di stampa e le relative caratteristiche. (C1)
f4.5 realizzano la versione definitiva dei progetti e preparano i dati di produzione in maniera adatta ai media. (C3)	f4.5 descrivono i requisiti utente specifici usando correttamente la terminologia tecnica. (C2) f4.6 elencano i requisiti creativi e tecnici delle dei modelli per la stampa usando il linguaggio tecnico corretto. (C1) f4.7 elencano i requisiti creativi e tecnici per immagini e segni grafici per media digitali usando il linguaggio tecnico corretto. (C1) f4.8 elaborano in maniera corretta proposte create autonomamente per vari media, verificano i risultati ottenuti e definiscono eventuali misure necessarie. (C4)
f4.9 ottengono licenze per immagini, caratteri tipografici, suoni e materiale cinematografico. (C3)	
f4.10 fanno realizzare stampe e file di controllo o versioni di prova e richiedono l'approvazione dei committenti. (C3)	

f4.11 controllano i dati di produzione dal punto di vista della completezza e della correttezza tecnica. (C3)	
f4.12 redigono precise istruzioni di produzione e le trasmettono ai professionisti interessati. (C3)	f4.12 descrivono i contenuti tipici delle istruzioni di produzione. (C2)

**Competenza operativa f5: supervisionare la produzione di media per progetti creativi e rispettare le direttive**

I grafici pianificano, coordinano e accompagnano l'intero processo di produzione. Si coordinano con le persone coinvolte nella produzione e sorvegliano lo svolgimento. Assicurano la qualità tecnica e funzionale del prodotto finale grazie alle loro conoscenze tecniche.

Obiettivi di valutazione dell'azienda	Obiettivi di valutazione della scuola professionale
<p>I grafici...</p> <p>f5.1 esaminano la qualità tecnica e funzionale di campioni di produzione e risultati sulla base di specifici criteri professionali e, se necessario, definiscono le successive fasi di elaborazione. (C4)</p> <p>f5.2 analizzano sulla base delle direttive la corretta applicazione delle modifiche. (C6)</p>	<p>I grafici...</p> <p>f5.1 spiegano lo svolgimento di vari processi di produzione tipici ed elencano le tappe principali. (C2)</p> <p>f5.2 descrivono gli strumenti per la garanzia della qualità usando un linguaggio tecnico corretto. (C2)</p> <p>f5.3 valutano i risultati di produzione proposti sulla base di criteri valutazione professionale. (C4)</p>

<b>Campo di competenze operative g: presentazione di contenuti e competenze</b>	
<b>Competenza operativa g1: visualizzare e presentare i progetti creativi</b> I grafici preparano i contenuti di un progetto creativo per una presentazione mirata e comprensibile. A tal fine scelgono la forma di presentazione adeguata a trasmettere i contenuti in maniera incisiva e comprensibile.	
<b>Obiettivi di valutazione dell'azienda</b>	<b>Obiettivi di valutazione della scuola professionale</b>
I grafici... g1.1 realizzano una presentazione per visualizzare l'obiettivo di progetto in modo sistematico, pregnante e chiaro in termini di contenuto. (C5) g1.2 strutturano la loro presentazione con una sequenza di eventi logica e interessante dal punto di vista drammaturgico. (C5)	I grafici... g1.1 elencano le forme, i mezzi e i media di uso corrente nel ramo. (C1) g1.2 strutturano una presentazione con una sequenza di eventi logica e interessante dal punto di vista drammaturgico. (C5)
g1.3 organizzano i media e i mezzi di presentazione in maniera chiara, convincente e armoniosa. (C5) g1.4 usano i mezzi e i media per presentazioni in maniera tecnicamente corretta. (C3).	g1.3 realizzano a titolo d'esempio media di presentazione convincenti ed efficaci. (C5) g1.4 usano i mezzi e i media per presentazioni in maniera tecnicamente corretta. (C3).
g1.5 usano nelle presentazioni una retorica adeguata al gruppo target, rispondono in modo appropriato alle domande e argomentano i contenuti in maniera convincente. (C5)	g1.5 usano una retorica mirata ai gruppi target nell'ambito di progetti didattici. (C5)

<b>Competenza operativa g2: preparare i progetti creativi per il portfolio</b>	
I grafici descrivono le proprie capacità, le valutano in maniera realistica e le comunicano ai gruppi target. Allestiscono un proprio portfolio personale utile per posizionarsi in ambito professionale che descrive l'ambito di attività. Stabiliscono la forma e il mezzo che meglio si adattano alla loro personalità professionale e motivano la loro scelta. Impiegano il portfolio in maniera efficace, lo integrano e lo aggiornano costantemente.	
<b>Obiettivi di valutazione dell'azienda</b>	<b>Obiettivi di valutazione della scuola professionale</b>
I grafici...	I grafici...
g2.1 definiscono i loro principali ambiti di attività e le competenze personali e le descrivono in maniera significativa e convincente. (C5)	g2.1 descrivono le principali competenze operative della loro professione. (C2)
g2.2 formulano una strategia per il comportamento sui media e la comunicazione efficace delle competenze. (C5)	g2.2 spiegano i criteri formali da rispettare per allestire una candidatura. (C2)
	g2.3 discutono una procedura efficace nel processo di candidatura. (C2)
g2.4 selezionano tra i loro lavori quelli che rappresentano maggiormente la loro capacità creativa e la loro competenza professionale. (C6)	g2.4 spiegano senso e scopo di un portfolio e della sistematica della sua struttura. (C2)
	g2.5 definiscono i criteri per selezionare i lavori e per allestire un portfolio. (C4)
g2.6 allestiscono un portfolio rappresentativo sulla base dei lavori selezionati e li integrano con informazioni esplicative. (C6)	g2.6 analizzano vantaggi e svantaggi delle varie forme di portfolio. (C4)
g2.7 allestiscono un portfolio significativo per un atelier, il reparto grafica di un'agenzia di comunicazione/pubblicitaria o i loro committenti secondo le relative disposizioni. (C6)	g2.7 descrivono le possibilità di spiegazioni informative relative ai loro lavori. (C2)
g2.8 verificano costantemente se il loro portfolio riflette lo stato attuale delle loro conoscenze e, se necessario, lo rivedono e lo integrano. (C5)	g2.8 definiscono strategie adeguate all'apprendimento autonomo. (C4)
	g2.9 descrivono varie possibilità di specializzazione e sviluppo nell'ottica dell'apprendimento permanente. (C2)

<b>Competenza operativa g3: presentare il portfolio alle persone interessate mettendo in risalto le proprie competenze</b>	
I grafici presentano alle persone interessate i contenuti del loro portfolio. La comunicazione efficace dei progetti più rilevanti è utile sia in fase di candidatura sia per autopromuoversi. Illustrano i loro principali ambiti di attività e le loro competenze personali usando una retorica convincente. Rispondono in maniera adeguata alle domande con argomenti plausibili e forniscono informazioni professionali corrette.	
<b>Obiettivi di valutazione dell'azienda</b>	<b>Obiettivi di valutazione della scuola professionale</b>
<p>I grafici...</p> <p>g3.1 definiscono gli strumenti e i media utili per presentare il loro portfolio in maniera efficace. (C4)</p> <p>g3.2 usano i mezzi adeguati a presentare i lavori in maniera drammaturgicamente efficace. (C4)</p> <p>g3.3 impiegano mezzi e media di presentazione in maniera tecnicamente corretta. (C3)</p>	<p>I grafici...</p> <p>g3.1 spiegano le opzioni mediatiche utili per presentare il loro lavoro in maniera efficace. (C2)</p> <p>g3.2 stabiliscono i criteri per selezionare i media adeguati alle presentazioni. (C4)</p> <p>g3.3 usano in maniera tecnicamente corretta strumenti e media di presentazione. (C3).</p>
g3.4 usano durante le presentazioni una retorica adeguata al gruppo target, rispondono in maniera adeguata alle domande e argomentano in maniera convincente dal punto di vista del contenuto. (C5)	

## Elaborazione

Il piano di formazione è stato elaborato dalle competenti organizzazioni del mondo del lavoro e fa riferimento all'ordinanza della SEFRI del [data di emanazione ofor] sulla formazione professionale di base grafica/grafico con attestato federale di capacità.

Il piano di formazione fa riferimento alle disposizioni transitorie dell'omonima ordinanza.

[Luogo e data]

SGD Swiss Graphic Designers

La presidente

Ursula Heilig

SGV Unione Svizzera dei Grafici

Lisa Jeanne Leuch

La direttrice

Regula Cajacob

Susann Mäusli Bruggisser

Dopo averlo esaminato, la SEFRI dà il suo consenso al piano di formazione.

Berna, [data/timbro]

Segreteria di Stato per la formazione,  
la ricerca e l'innovazione

Rémy Hübschi  
Vice direttore, capodivisione Formazione professionale e continua

## Allegato 1: Elenco degli strumenti volti a garantire e attuare la formazione professionale di base nonché a promuovere la qualità

Documento	Fonte di riferimento
Ordinanza della SEFRI sulla formazione professionale di base Grafica/Grafico AFC	<p><i>Versione elettronica</i>                      Segreteria di Stato per la formazione, la ricerca e l'innovazione                      (www.bvz.admin.ch &gt; Professioni A-Z)</p> <p><i>Versione cartacea</i>                      Ufficio federale delle costruzioni e della logistica                      (<a href="http://www.pubblicazionifederali.admin.ch">www.pubblicazionifederali.admin.ch</a>)</p>
Piano di formazione relativo all'ordinanza della SEFRI sulla formazione professionale di base Grafica/Grafico AFC del	SGD Swiss Graphic Designers sgd.ch SGV Schweizer Grafiker Verband sgv.ch
Disposizioni esecutive per la procedura di qualificazione con esame finale, incluso allegato (griglia di valutazione ed eventuale documentazione delle prestazioni nei corsi interaziendali e/o nella formazione professionale pratica)	SGD Swiss Graphic Designers sgd.ch SGV Schweizer Grafiker Verband sgv.ch
Documentazione dell'apprendimento	SGD Swiss Graphic Designers sgd.ch SGV Schweizer Grafiker Verband sgv.ch
Rapporto di formazione	Modello SDBB   CSFO <a href="http://www.oml.formazioneprof.ch">www.oml.formazioneprof.ch</a> SGD Swiss Graphic Designers sgd.ch SGV Schweizer Grafiker Verband sgv.ch
Documentazione della formazione di base in azienda	Modello SDBB   CSFO <a href="http://www.oml.formazioneprof.ch">www.oml.formazioneprof.ch</a> SGD Swiss Graphic Designers sgd.ch SGV Schweizer Grafiker Verband sgv.ch
Programma di formazione per le aziende di tirocinio	SGD Swiss Graphic Designers sgd.ch SGV Schweizer Grafiker Verband sgv.ch
Dotazione minima dell'azienda di tirocinio	SGD Swiss Graphic Designers sgd.ch SGV Schweizer Grafiker Verband sgv.ch
Programma d'insegnamento per le scuole professionali	SGD Swiss Graphic Designers sgd.ch SGV Schweizer Grafiker Verband sgv.ch
Regolamento della Commissione per lo sviluppo professionale e la qualità della formazione	SGD Swiss Graphic Designers sgd.ch SGV Schweizer Grafiker Verband sgv.ch

## Allegato 2: tabella dei luoghi di cooperazione

Lernortkooperation Grafikerin/Grafiker EFZ																					
	1. Sem.			2. Sem.			3. Sem.			4. Sem.			5. Sem.			6. Sem.			7. Sem.		
	BFS	ÜK	Betrieb	BFS	ÜK	Betrieb	BFS	ÜK	Betrieb	BFS	ÜK	Betrieb	BFS	ÜK	Betrieb	BFS	ÜK	Betrieb	BFS	ÜK	Betrieb
a Organisieren von Projekten																					
a1 Arbeitsprozesse für visuelle Gestaltungsprojekte planen und kommunizieren																					
a2 Zusammenarbeit von Projektmitarbeitenden und externen Spezialisten koordinieren																					
a3 Budget anhand von Projektvorgaben erstellen und begründen																					
b Recherchieren und Analysieren von Projektgrundlagen																					
b1 Briefing analysieren und mit den Auftraggebern anpassen																					
b2 Recherchen für das Grafikdesignprojekt mit geeigneten Mitteln durchführen																					
b3 Rechercheergebnisse für das Grafikdesignprojekt aufbereiten und analysieren																					
b4 Schlussfolgerungen für das Grafikdesignprojekt ziehen, Machbarkeit und Zweckmässigkeit überprüfen																					
b5 Schlussfolgerungen und Machbarkeit den Auftraggebern präsentieren und begründen																					
c Entwickeln von Kommunikationskonzepten																					
c1 Inhalte der kommunikativen Kernbotschaft definieren																					
c2 Gesamtcharakter der Botschaft des Grafikdesignprojektes erarbeiten und beschreiben																					
c3 Kommunikationsmassnahmen, -kanäle und Medien definieren																					
d Entwickeln und Vermitteln von Ideen																					
d1 Ideen mittels Kreativitätsmethoden generieren																					
d2 Ideen gemäss eigenen Kriterien evaluieren und auswählen																					
d3 Projektpartnern, Kundinnen und Kunden die visualisierte Ideensammlung vermitteln																					
e Erarbeiten von Gestaltungskonzepten																					
e1 Bildkonzepte entwickeln																					
e2 Farbkonzepte entwickeln																					
e3 Typografie- und Layoutkonzepte entwickeln																					
e4 Wort- und Bildmarken entwickeln																					
e5 Zeichen- und Schriftsysteme entwickeln																					
e6 Motionkonzepte entwickeln																					
e7 Interaktive Konzepte entwickeln																					
e8 Dreidimensionale Konzepte entwickeln																					
e9 Zusammenspiel der erarbeiteten Gestaltungselemente überprüfen und gewährleisten																					
f Umsetzen von Gestaltungskonzepten																					
f1 Gestaltungskonzept im Hinblick auf die Kommunikationsziele überprüfen und überarbeiten																					
f2 Zusammenspiel der Gestaltungselemente adaptieren																					
f3 Detailgestaltung abschliessen																					
f4 Produktion überwachen und Vorgaben einhalten																					
g Vermitteln von Inhalten und Kompetenzen																					
g1 Projekte visualisieren und präsentieren																					
g2 Eigene Kompetenzen definieren und interessierten Kreisen präsentieren																					
g3 Portfolio als Instrument zum Selbstmarketing und zur Akquisition erstellen und laufend aktualisieren																					
Berufsfachschule, Anzahl Lektionen: G = Grundlagen V = Vertiefung Vn = Vernetzung				Überbetriebliche Kurse Allgemein ÜK 1: Tage (, Semester, Monat)				Betrieb: E = Die Lernenden werden durch den Ausbilder in die HK Schritt für Schritt eingeführt (vorzeigen, üben). S = Die Lernenden können bis am Ende des Semesters die HK selbständig ausführen.													

### Allegato 3: terminologia professionale specifica

<b>Acquisizione</b>	L'acquisizione comprende tutte le misure utili per acquisire clienti e spaziano dal classico mailing alle attività nell'ambito dei social media fino agli eventi dedicati ai clienti (aperitivo, giornata porte aperte).
<b>Briefing</b>	Il briefing contiene tutte le informazioni approfondite fornite dai committenti su fatti, contesti e opinioni rilevanti per la ricerca di soluzioni relative alla concezione, allo sviluppo e alla realizzazione di un progetto creativo.
<b>Concetto di animazione</b>	Un concetto di animazione comprende tutte le principali informazioni audiovisive relative ai principi creativi nell'ambito dell'animazione
<b>Concetto di motion</b>	Un concetto di animazione comprende tutte le principali informazioni audiovisive relative ai principi creativi nell'ambito delle grafiche animate
<b>Corporate Design</b>	Il corporate design è uno degli elementi dell'identità aziendale nella sua totalità (cfr. corporate identity). Il corporate design riassume le complesse caratteristiche e le prestazioni proprie di una personalità aziendale in un aspetto visivo memorizzabile, coerente e credibile.
<b>Corporate Identity</b>	La corporate identity è la gestione dei processi identitari di un'azienda. L'identità voluta viene comunicata all'interno e all'esterno mediante l'immagine (corporate design), la comunicazione (corporate communications) e il comportamento (corporate behaviour).
<b>Debriefing</b>	Il debriefing è un colloquio con i committenti e/o le persone coinvolte nel progetto, che si svolge alla conclusione del progetto per il follow-up e l'analisi generale.
<b>Layout</b>	Il layout regola l'ordine (stand) e le dimensioni degli elementi visivi e testuali sulle pagine dei prodotti analogici e sulle superfici dei prodotti digitali.
<b>Look and feel</b>	In una prima fase di sviluppo, il look and feel descrive l'aspetto degli elementi creativi di un prodotto analogico o digitale come la scelta dei colori, dei caratteri tipografici, delle immagini e dell'impostazione del layout.
<b>Macrotipografia</b>	Nella macrotipografia si definiscono la struttura creativa (layout), i principi relativi all'ordine degli elementi, la complessità e l'uso mediatico-didattico di un media di comunicazione visiva. Decisioni tipografiche generali che incidono sull'effetto del progetto (dimensione dei caratteri, interlinea, strutturazione di titoli e testi ecc.) (cfr. microtipografia).
<b>Manuale</b>	Raccolta di regole creative concrete che ne specifica la relativa applicazione in base all'azienda o al prodotto.
<b>Marketing</b>	Comprende tutte le attività orientate ai gruppi target di un'azienda per posizionare e vendere con successo i propri prodotti o servizi (cfr. marketing personale).

<b>Marketing personale</b>	Trasmissione delle conoscenze di marketing relative a prodotti e servizi legati alla propria persona (cfr. marketing).
<b>Microtipografia</b>	Nella microtipografia (anche tipografia del dettaglio) tutti i parametri macrotipografici vengono valutati, concretizzati, ampliati, corretti, ottimizzati e infine finalizzati per la produzione. Definizione di sottigliezze e dettagli per l'aspetto dell'immagine tipografica (scelta del tipo di carattere, progettazione delle singole parole, posizionamento delle singole lettere e dei segni di punteggiatura ecc.). (cfr. macrotipografia).
<b>Mockup</b>	Si tratta di un prodotto completo (modello da esposizione o da dimostrazione che viene usato per mostrare il design e/o le funzioni – o parte di esso) di un prodotto progettato. Bozza digitale di un sito o di una app.
<b>Moodboard</b>	La moodboard è un collage di immagini, colori, tipografie, forme, prime idee di layout, icone, grafici ecc. Le moodboard possono essere realizzate sia in forma analogica sia digitale. Servono come base di discussione e definiscono le tonalità di base per progetti successivi. Fornisce un'impressione generale di un processo creativo dall'idea fino all'esecuzione tramite schizzi e progetti.
<b>Motion design</b>	Il motion design prevede l'impostazione audiovisiva dell'immagine mediante immagini, segni o elementi tipografici.
<b>Portfolio</b>	Presenta i propri progetti creativi in modo preciso e differenziato dal punto di vista creativo.
<b>Public Relations</b>	Attività di relazioni pubbliche, ovvero la gestione della comunicazione pubblica da parte di aziende e istituzioni.
<b>Sistema di orientamento</b>	Consente l'orientamento nello spazio delle persone all'interno di edifici complessi o aree. Il sistema di orientamento indica il percorso da seguire per raggiungere determinati obiettivi (tabelloni, manifesti ecc.).
<b>Storyboard</b>	Versione disegnata di un copione, visualizzazione di un concetto o di un'idea.

Ulteriori concetti: vedere *Lessico della formazione professionale, 4a edizione riveduta 2013, CSFO editore, Berna*, [www.lex.berufsbildung.ch](http://www.lex.berufsbildung.ch)

### **Azienda di tirocinio\***

Nel sistema duale della formazione professionale, l'azienda di tirocinio è un'azienda di produzione o di servizi in cui avviene la formazione pratica professionale. A tale scopo le aziende devono disporre di un'autorizzazione a formare rilasciata dall'autorità cantonale competente.

### **Campo di qualificazione\***

Nell'ordinanza sulla formazione professionale di base si distinguono tre campi di qualificazione: lavoro pratico, conoscenze professionali e cultura generale.

- **Lavoro pratico:** esistono due tipi di lavoro pratico: il lavoro pratico individuale (LPI) e il lavoro pratico prestabilito (LPP).
- **Conoscenze professionali:** l'esame delle conoscenze professionali è la parte teorica/scolastica dell'esame finale. La persona in formazione deve presentarsi a un esame scritto o a un esame scritto e orale. In casi motivati l'insegnamento e l'esame della cultura generale possono essere integrati nelle conoscenze professionali.
- **Cultura generale:** a questo campo di qualificazione si applica l'ordinanza della SEFRI del 27 aprile 20062 sulle prescrizioni minime in materia di cultura generale nella formazione professionale di base. Se l'insegnamento della cultura generale avviene in modo integrato, viene valutato congiuntamente alle conoscenze professionali.

### **Campo di competenze operative**

I comportamenti professionali, ovvero quelle attività che richiedono competenze simili o che appartengono a un processo lavorativo simile, vengono raggruppati in campi di competenze operative.

### **Commissione per lo sviluppo professionale e la qualità della formazione (Commissione SP&Q)**

Ogni ordinanza sulla formazione professionale di base definisce nella sezione 10 una Commissione svizzera per lo sviluppo professionale e la qualità della formazione per la rispettiva professione o il rispettivo campo professionale.

La Commissione svizzera per lo sviluppo professionale e la qualità della formazione è un organo strategico composto dai partner con funzione di vigilanza, nonché un organismo orientato verso il futuro teso a garantire la qualità ai sensi dell'articolo 8 LFPr.

### **Competenza operativa**

La competenza operativa si esplica nella capacità di riuscire a gestire una situazione professionale concreta. Per farlo un professionista competente applica autonomamente una combinazione specifica di conoscenze, abilità e comportamenti. Durante la formazione le persone in formazione acquisiscono la necessaria competenza professionale, metodologica, sociale e personale relativa a ogni competenza operativa.

### **Corso interaziendale (CI)\***

I corsi interaziendali servono a trasmettere e a fare acquisire capacità pratiche fondamentali. Essi completano la pratica professionale e la formazione scolastica.

### **Documentazione dell'apprendimento\***

La documentazione dell'apprendimento è uno strumento che promuove la qualità della formazione professionale pratica. La persona in formazione aggiorna autonomamente la propria documentazione menzionando i principali lavori e le competenze operative da acquisire. Grazie alla documentazione, il formatore può

vedere i progressi nella formazione e l'impegno personale dimostrato dalla persona in formazione.

### **Insegnamento delle conoscenze professionali**

Con l'insegnamento delle conoscenze professionali nella scuola professionale la persona in formazione acquisisce alcune qualifiche specifiche. Obiettivi ed esigenze sono stabiliti nel piano di formazione. Le note semestrali relative all'insegnamento professionale confluiscono, sotto forma di nota relativa all'insegnamento professionale o di nota dei luoghi di formazione, nel calcolo della nota complessiva della procedura di qualificazione.

### **Lavoro pratico individuale (LPI)**

Il LPI è una delle due opzioni di verifica delle competenze acquisite nel campo di qualificazione «lavoro pratico». L'esame si svolge nell'azienda di tirocinio sulla base di un mandato aziendale. Il LPI è disciplinato per ogni professione dalle «Disposizioni esecutive per la procedura di qualificazione con esame finale».

### **Lavoro pratico prestabilito (LPP)\***

Il lavoro pratico prestabilito è l'alternativa al lavoro pratico individuale e viene controllato dai periti d'esame durante tutto lo svolgimento del lavoro. Per tutte le persone in formazione valgono le opzioni d'esame e la durata d'esame prevista dall'ordinanza in materia di formazione.

### **Luoghi di formazione\***

Il punto di forza della formazione professionale duale sta nella sua stretta relazione con il mondo del lavoro, che si riflette nei tre luoghi di formazione che impartiscono la formazione professionale di base: l'azienda di tirocinio, la scuola professionale e i corsi interaziendali.

### **Obiettivi di valutazione**

Gli obiettivi di valutazione concretizzano la competenza operativa e tengono conto delle esigenze attuali legate agli sviluppi economici e sociali. Gli obiettivi di valutazione sono armonizzati tra loro per favorire la cooperazione tra i luoghi di formazione. Solitamente aziende di tirocinio, scuole professionali e corsi interaziendali hanno obiettivi diversi, la cui formulazione può però essere identica, ad esempio per quanto concerne la sicurezza sul lavoro, la protezione della salute o le attività manuali.

### **Obiettivi ed esigenze della formazione professionale di base**

Gli obiettivi e le esigenze della formazione professionale di base sono stabiliti nell'ofor e nel piano di formazione. All'interno di quest'ultimo sono articolati in campi di competenze operative, competenze operative e obiettivi di valutazione per i tre luoghi di formazione (azienda di tirocinio, scuola professionale e corsi interaziendali).

### **Ordinanza della SEFRI sulla formazione professionale di base (ordinanza in materia di formazione; ofor)**

Ogni ofor disciplina nel dettaglio i seguenti aspetti: contenuto e durata della formazione professionale di base, obiettivi ed esigenze della formazione professionale pratica e della formazione scolastica, ampiezza dei contenuti della formazione e loro ripartizione tra i luoghi di formazione, procedure di qualificazione, attestazioni e titoli. Normalmente, l'oml chiede alla SEFRI di emanare un'ofor e la redige congiuntamente con i Cantoni e la Confederazione. L'entrata in vigore di un'ofor è stabilita d'intesa fra i partner, mentre l'emanazione spetta alla SEFRI.

### **Organizzazione del mondo del lavoro (oml)\***

L'espressione collettiva «organizzazioni del mondo del lavoro» può indicare le parti sociali, le associazioni professionali e le altre organizzazioni competenti, nonché gli operatori della formazione professionale. L'oml competente per una data professione definisce i contenuti della formazione, organizza la formazione professionale di base e istituisce l'organo responsabile dei corsi interaziendali.

### **Partenariato\***

La formazione professionale è compito comune di Confederazione, Cantoni e organizzazioni del mondo del lavoro. I tre partner uniscono i loro sforzi per garantire una formazione professionale di qualità e un numero sufficiente di posti di tirocinio.

### **Persona in formazione\***

È considerata persona in formazione chi ha concluso le scuole dell'obbligo e ha stipulato un contratto di tirocinio per apprendere una professione secondo le disposizioni dell'ordinanza sulla formazione professionale di base.

### **Piano di formazione**

Il piano di formazione integra l'ordinanza sulla formazione professionale di base e contiene, oltre ai fondamenti pedagogico-professionali, il profilo di qualificazione, le competenze operative raggruppate nei relativi campi e gli obiettivi di valutazione suddivisi per luogo di formazione. Il contenuto del piano di formazione è di responsabilità dell'oml nazionale. Il piano di formazione viene elaborato e firmato dalla/e oml.

### **Procedura di qualificazione (PQ)\***

L'espressione «procedura di qualificazione» è utilizzata per designare tutte le procedure che permettono di stabilire se una persona possiede le competenze definite nella rispettiva ordinanza sulla formazione professionale di base.

### **Profilo di qualificazione**

Il profilo di qualificazione descrive le competenze operative che una persona in formazione deve possedere alla fine della formazione. Il profilo di qualificazione viene redatto in base al profilo delle attività e funge da base per l'elaborazione del piano di formazione.

### **Quadro europeo delle qualifiche (QEQ)**

Il Quadro europeo delle qualifiche per l'apprendimento permanente (QEQ) punta a rendere comparabili a livello europeo le qualifiche e le competenze professionali. Al fine di mettere in relazione le diverse qualifiche nazionali con il QEQ e di confrontarle con quelle di altri Stati europei, ogni Paese sviluppa un proprio Quadro nazionale delle qualifiche (QNQ).

### **Quadro nazionale per la formazione professionale (QNQ formazione professionale)**

Scopo del Quadro nazionale delle qualifiche è garantire la trasparenza e la comparabilità dei titoli della formazione professionale a livello nazionale e internazionale e promuovere in questo modo la mobilità sul mercato del lavoro. Il Quadro delle qualifiche prevede otto livelli, ognuno dei quali include le tre categorie di valutazione «conoscenze», «abilità» e «competenze». Ogni titolo della formazione professionale di base è accompagnato da un supplemento standard al certificato.

### **Rapporto di formazione\***

Con il rapporto di formazione si documenta la verifica periodica dell'apprendimento svolto in azienda. Il rapporto viene compilato durante un colloquio che avviene tra formatore e persona in formazione.

### **Responsabili della formazione professionale\***

Con il termine «responsabili della formazione professionale» si intendono tutti gli specialisti che durante la formazione professionale di base impartiscono alle persone in formazione una parte della formazione pratica o scolastica: formatori attivi nelle aziende di tirocinio, formatori attivi nei corsi interaziendali, docenti della formazione

scolastica, periti d'esame.

**Segreteria di Stato per la formazione, la ricerca e l'innovazione (SEFRI)**

In collaborazione con i partner (Cantoni e oml), la SEFRI ha il compito di assicurare la qualità e il costante sviluppo dell'intero sistema della formazione professionale. La SEFRI inoltre provvede alla comparabilità e alla trasparenza delle offerte formative in tutta la Svizzera.